مدى توافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها

د. سناء مسودة*

* أستاذ مساعد في المحاسبة/ جامعة جدارا/ الأردن.

ملخص:

يتناول هذا البحث دور المصارف الأردنية في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، ومدى توافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف الأردنية لتتمكن من القيام بدورها المنشود في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، ومنها التشريعات القانونية، ووسائل الحماية والأمان، والتكنولوجيا الحديثة، والكوادر البشرية المؤهلة، والوعي والثقافة المجتمعية لدى عملاء المصارف الأردنية، والشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية.

تكون مجتمع الدراسة من المصارف الأردنية كافة وعددها ١٨ مصرفاً أردنياً، رفضت ٣ مصارف منها المشاركة في تعبئة الاستبانة، ووزعت استبانة الدراسة على المديرين، أو من ينوب عنهم، وأصحاب الخبرات والباع الطويل في عمليات الصيرفة الإلكترونية.

توصلت الباحثة إلى نتائج عدة كان أهمها: تؤدي المصارف الأردنية دوراً في تعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية، وبنسبة موافقة بلغت ٧٢٪، وتتوافر التشريعات القانونية، ووسائل الحماية والأمان، والتكنولوجيا، والكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، وبنسبة موافقة بلغت ٧٦٪، ٨٣٪، ٨٤٪، ٨٧٪ على التوالي، تبين عدم توافر الثقافة المجتمعية لدى عملاء المصارف الأردنية، وعدم توافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، وبنسبة موافقة بلغت ٥٠٪، ٤٥٪، على التوالي.

وفي الختام خُلصت الباحثة إلى عدد من التوصيات التي تعزز دور المصارف الأردنية في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية.

Abstract:

This paper examines the role of Jordanian banks in enhancing and developing E- Commerce. Besides, it deals with the availability of E- banking operations requirements in Jordanian banks to play their intended role in enhancing and developing E- commerce. On top of these are legal legislation, means of security and protection, modern technology, qualified human resources, public awareness and culture among Jordanian banks Clients, in addition to partnership and integration in electronic banking operations.

The sample of the study covers 18 Jordanian banks, three of which refused to be included. A questionnaire the study was distributed among bank managers and their representatives who have long experience in the operations of E- banking.

The researcher has come up with numerous results. The most significant ones run as follows. First: the items: Jordanian banks play an important role in enhancing and developing E- Commerce had the percentage of 72%. Legal legislation, means of security and protection, technology, and qualified human resources to enhance and develop electronic commerce, had percentages of 76%, 83%, 84%, 87%, respectively. Next came the item that there is no public awareness and culture among Jordanian bank clients. Furthermore, the absence of partnership and integration for E- banking operations to enhance and develop of E- commerce were reported with a percentage of 50%, 45%, respectively.

At the end of the study, the researcher gave many recommendations in order to enhance and develop E- commerce.

مقدمة:

مع دخولنا عصر العولمة، حيث تخطت الخدمات في مختلف القطاعات حدود المناطق والأوطان والأقاليم، أضحى من الواجب على المصارف الأردنية دراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند زبائنها، وتفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية، لتبني استراتيجيات التطوير في التكنولوجيا والأنظمة المعلوماتية لتواكب هذا التطور، وبالتالي القدرة على المنافسة، وخاصة في ظل التجارة الإلكترونية، التي أصبحت أداة واضحة لعولمة التجارة التي تكمن قدرتها بالنمط المتسارع الذي بدأ ينتشر فيه، بفضل طبيعة الوسائل المادية والبرمجية التي تجعل تعدد الترابط، والتراسل ما بين الأطراف عبر الإنترنت أمرًا سهلا.

والمصارف هي قطاعٌ مستهلك ومطور لخدمات الاتصالات والمعلومات، لذا فهي جزء أساسي من سوق المعلومات التي تحتاج إلى جملة من المقومات لنجاح دورها في تعزيز عمليات التجارة الإلكترونية وتطويرها، والتي تتمثل في توفير البنية القانونية والتشريعية، وتوافر الخبرات والكفاءات البشرية، وخاصة أولئك العاملين في حقول تقنية المعلومات والإنترنت والتجارة الإلكترونية، إضافة إلى أمن المعلومات وحماية الكمبيوترات والبرامج من جرائم المعلوماتية، والتلاعب في البيانات والبرامج وسواها، إضافة إلى جوانب التكنولوجيا من انتشار استخدام الإنترنت في البلدان العربية، وقدرة المصارف العربية بشكل عام على منافسة المصارف الأجنبية، التي اعتمدت تكنولوجيا المعلومات وصيرفة الإنترنت، ومحافظها التي تمتاز بتقنيات عالية تجعل من تكلفتها منخفضة عن تكلفة الفروع التي تنشئها المصارف المحلية، وأخيراً تقبل المجتمعات وعملاء المصرف للثورة الإلكترونية الجديدة، واستيعاب مردودها المنشود.

لذلك كله يمكن القول إن الاقتصاد الجديد بات موجةً لا يمكن إيقافها، والتعاطي معه قد أصبح خياراً حاسماً لتجنب التهميش الاقتصادي والمصرفي لدولنا ومؤسساتنا المالية. من هنا تأتي أهمية التعاطي العربي الإيجابي مع ثورة العمل الإلكتروني للاستفادة من فوائدها، شريطة أن يكون منضبطاً ومدروساً من أجل تجنب سلبياتها، وإذا استطاع الجهاز المصرفي العربي أن يقود عملية التطوير التكنولوجي في الدول العربية، فإن المزايا التي تحدثها عملية التطوير التكنولوجي هي المرحلة التي تجعل المنتجات العربية قادرة على المنافسة داخليا وعالمياً. وبالتالي زيادة قدرة الدول العربية من التحول من دول مستوردة للمنتوجات إلى دول مصدرة لها.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة هذه الدراسة في البحث عن الدور الذي تؤديه المصارف الأردنية في تطور التجارة الإلكترونية وتقدمها، ومدى توافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف الأردنية، لتستطيع القيام بدورها كشريك إستراتيجي في نظام التجارة الإلكترونية الجديد، ومجابهة متطلبات التجارة الإلكترونية، والصمود أمام المصارف الأجنبية الضخمة.

لذا جاءت الدراسة للإجابة على أهم التساؤلات الآتية:

- **هل تؤدي المصارف الأردنية الدور المطلوب منها لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية؟**
- **هل تتوافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف الأردنية، لتتمكن من القيام بدورها المنشود في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها؟**

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من النقاط الهامة الآتية:

- وجود حاجة ماسة للمصارف الأردنية لتفرض نفسها في عالم المعلوماتية ولتأخذ دورها كشريك في نظام التجارة الإلكترونية الجديد.
- تطوير السوق المصرفي والمالي وتعزيز دوره في تشجيع التجارة الإلكترونية وتطويرها من خلال توفير البيئة الاستثمارية الملائمة.
- اتخاذ كل الإجراءات اللازمة التي تكفل توظيف التقنيات التكنولوجية والإلكترونية الجديدة لزيادة آفاق النمو والربحية لمؤسساتنا المصرفية والمالية والاستثمارية، وتعزيز قدرتها التنافسية في تشجيع انتشار التجارة الإلكترونية.
- الوصول في ظل انفتاح الأسواق العالمية وإزالة مختلف أنواع الحواجز، إلى أهم المقومات الأساسية التي تتصف بالشمولية وتراعي خصائص التقنيات الحديثة للتواصل مع العالم، وعدم التهميش الاقتصادي والمالي لدولنا العربية النامية التي يعدُّ الأردن واحداً منها.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الهامة الآتية:

♦ دراسة الدور الذي تؤديه المصارف الأردنية في عالم المعلوماتية الجديد كشريك استراتيجي وطرف ثالث موثوق فيه، في تشجيع عمليات التجارة الإلكترونية وتطويرها.

♦ دراسة مقومات العمل المصرفي الإلكتروني الواجب توافرها في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها للاهتمام بها من قبل الجهات المعنية، ووضعها في سلم أولوياتها.

♦ دراسة مدى توافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني، لتتمكن المصارف الأردنية من تقديم دورها كشريك استراتيجي في تعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية بين الأفراد والمؤسسات، لما يتوقع لها من تحقيق مزايا معنوية وغير معنوية عدة، وتجنب التهميش الاقتصادي لمصارفنا ومؤسساتنا التجارية.

♦ دراسة العناصر والمفردات المكونة لكل من مقومات العمل المصرفي الإلكتروني لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية، واستنباط درجة أهمية كل منها.

فرضيات الدراسة:

جاءت هذه الدراسة لاختبار الفرضيات المهمة الآتية:

١. تؤدي المصارف الأردنية دوراً مهماً في تعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

٢. تتوافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف الأردنية لتأدية الدور المطلوب منها في تعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

ينبثق من الفرضية الرئيسية السابقة مجموعة من الفرضيات الفرعية أهمها:

♦ تتوافر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

♦ تتوافر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

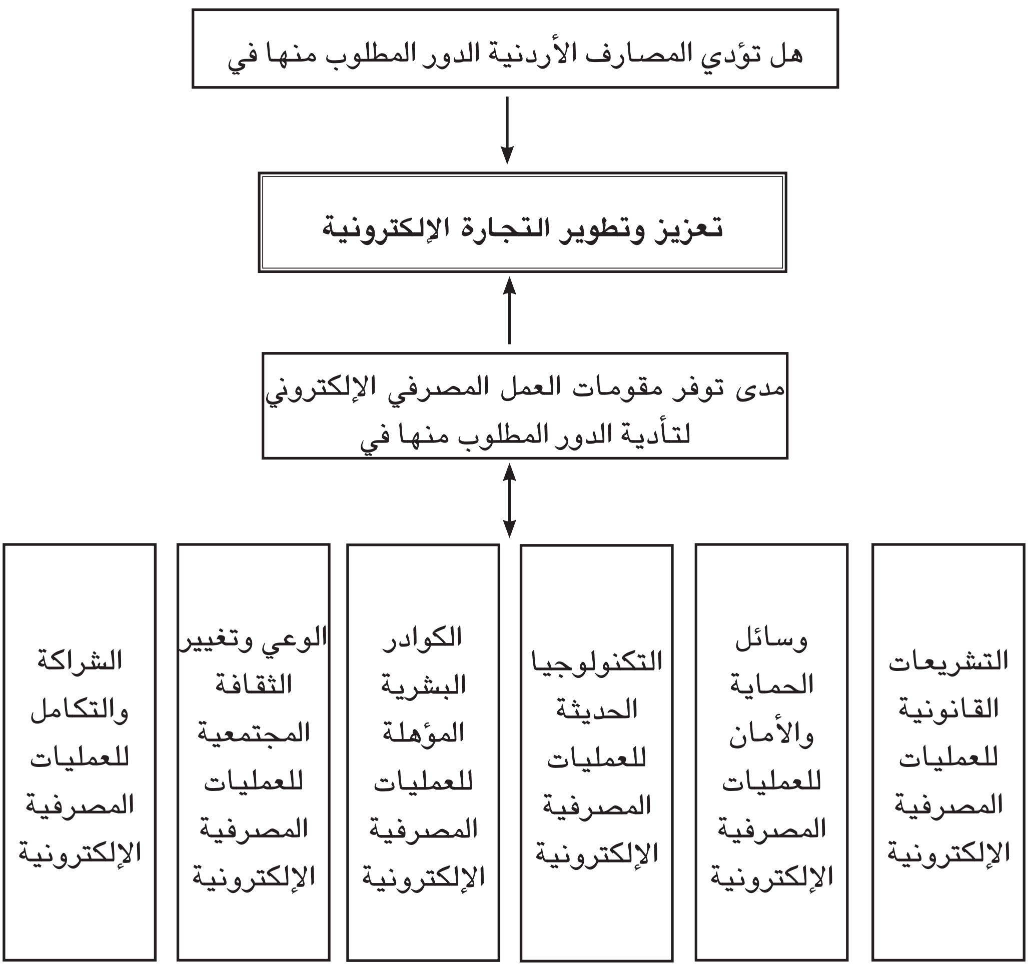
♦ تتوافر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

- ♦ تتوافر الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.
- ♦ يتوافر الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.
- ♦ تتوافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

ويمكن توضيح مشكلة الدراسة السابقة بالشكل (١) :

شكل (١)

مقومات العمل المصرفي الإلكتروني لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية



الإطار النظري:

تعتمد التجارة الإلكترونية على وجهين رئيسيين من وجوه التكنولوجيا هما: تكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وقد أفرزتا ضمن اندماجهما البنية التحتية – الإنترنت. ويطلق مصطلح التجارة الإلكترونية على «مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (الدولة، والشركات، والأفراد) ، المعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات (النصوص والصوت والصورة) ، ويتضمن التعريف تأثيرات التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية على المؤسسات، والعمليات التي تحكم الفعاليات التجارية» (سفر، ٢٠٠٦، ص ٥١) .

فالتجارة الإلكترونية أداة واضحة لعولمة التجارة، وتوفير وسائل اقتصادية كفؤة للتعامل مع الأسواق البعيدة بما يتيح الفرص للمنتجين لزيادة حجم أعمالهم من خلال الطرق الجديدة للإنتاج والتوزيع، كما يتيح أيضا بدائل للمستهلكين للتعامل مع المنتجين.

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتم ما بين أطراف أساسية ثلاثة هي:

- مجموعات الأعمال والتي تضم الشركات والمؤسسات الخاصة بكل أحجامها
- الدولة أو القطاع العام بكل مؤسساته
- الأفراد

«وتعد مجموعة الأعمال أكثر الأطراف تعاملاً بالتجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر، أما التعامل ما بين إدارات الدولة ومجموعات الأعمال فآخذ في النمو، والمتوقع أن هذا النمو سيتزايد في المستقبل ليشمل تعامل الأفراد بشكل أوسع مما هو عليه الآن.» (سفر، ٢٠٠٦، ص ٥٢) ، ويعود الاهتمام بالتجارة الإلكترونية خلال السنوات الماضية إلى ما حصل من تطور في أساليب استخدام الإنترنت، إضافة إلى ظهور وسائل تكنولوجية لرفع الاتصالات منها الكابلات الضوئية والبدالات الرقمية والأقمار الصناعية.

ونظراً لحداثة موضوع التجارة الإلكترونية نسبياً، ولأن التشريعات الخاصة بها لم تعتمد بعد في بلدان كثيرة، فإن القانون النموذجي الذي أعدته الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأونسيترال) يجوز أخذه كأحد الأمثلة الناجحة على التعاون الدولي في وضع إطار قانوني مشترك يحكم العمليات التجارية الإلكترونية والعمليات المصرفية المرتبطة بها. وفي الإطار نفسه يجب أن تذكر المجهودات التي تقوم بها منظمة التجارة الدولية، والتي أعدت خطوات عديدة من أجل إنشاء قاعدة بيانات لمصطلحات التجارة

والعمليات المصرفية الإلكترونية، وهذه البيانات يمكن الاستفادة منها، وبالتالي إدراجها في العقود التجارية المستخدمة في التجارة الإلكترونية.

ولا ريب في أن تزايد هذا النوع من التجارة الإلكترونية أدى إلى زيادة الحاجة إلى السوق المصرفية الإلكترونية، حيث إنه لا حياة للأسواق الإلكترونية بدون الخدمات المصرفية الإلكترونية، ولا مستقبل للمصارف التي لا تسعى حثيثاً إلى الدخول إلى مركز العمليات في قلب الأسواق الإلكترونية، حيث تلتقي أطراف البيع والشراء، مباشرة، وسط سوق الإلكترونية مركزية متكاملة، توفر الخدمات الإلكترونية المطلوبة لإتمام الصفقة في مراحلها الثلاث:

- ما قبل الصفقة، وهي مرحلة دخول الأسواق الإلكترونية من خلال عملية البحث والتعرف والالتقاء.
- إنجاز الصفقة، من خلال الاتفاق على شروط إتمامها.
- ما بعد الصفقة والمتعلقة بالعمليات الإدارية المتممة كعمليات الدفع والشحن.

ويمكن تعريف عمليات الصيرفة الإلكترونية «بأنها تلك العمليات التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف التطورات الحديثة كافة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان» (الشمري، وأخرون، ٢٠٠٨، ص ٢٨)، ويتفق هذا التعريف مع آراء العديد من الخبراء المصرفيين، إذ يعرفها (Chua, 2003, p 124) على أنها تلك العمليات المصرفية التي تركز في تقديم خدمات المصارف المنزلية (Home Banking) ، وخدمات المصارف الهاتفية (Phone Banking) ، وخدمات بنوك الإنترنت (Internet Banking) ، والخدمات المالية الذاتية (Self Service Banking)، وغيرها من الركائز الإلكترونية المعروفة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال. وعرف (West, 2001, p 64) العمليات المصرفية الإلكترونية تعريفاً محدداً بأنها: «النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو الحصول على الخدمة المصرفية من خلال شبكة معلومات مرتبطة بجهاز كمبيوتر العميل أو وسيلة أخرى».

وفي ظل تعاظم اعتماد الأعمال والأنشطة المصرفية على العمليات المصرفية الإلكترونية، ومع شيوع كل من مصطلح أو بروتوكولات الإنترنت في كل شيء ومصطلح التقارب في ما بين وسائل الاتصال الحديثة، تتكون عناصر النشاط الإلكتروني مستقبلاً، أو ما يعرف بالجيل الثالث للهواتف النقالة، الذي يعتمد، أصلاً، على بنية الإنترنت في تقديمه سلة الخدمات والتطبيقات، التي دأبت هذه الشبكة على توفيرها، عبر أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الثابتة الأخرى، بحيث إن استخدام الهواتف الخلوية في إنجاز الأعمال المصرفية

ينبئ بطغيان لغة الصيرفة الإلكترونية على أوسع مساحة من تعاملات المصارف مع زبائنها على الصعيدين المحلي والخارجي، على اعتبار أن التجارة لامست، في كثير من أوجهها، تجارة إلكترونية، مما يتطلب الإسراع في إحداث أطر تنظيمية للصيرفة الإلكترونية تُكرَّس من خلال سن قواعد قانونية وتنظيمية جديدة تستجيب للمستجدات المتزايدة يوماً بعد يوم، وإيجاد قواعد تقنية ضامنة لسلامة العمل المصرفي الإلكتروني، ولا سيما الناحية السرية والخصوصية، وإبقاء القرصنة الإلكترونية بعيدة عنه.

وتجدر الإشارة إلى وجود قنوات الكترونية متنوعة تقدم من خلالها الخدمات المصرفية الإلكترونية، ومن أهم هذه القنوات: آلة الصراف الآلي، ونقاط البيع الإلكترونية، والصيرفة المنزلية، والصيرفة المحمولة، والصيرفة الهاتفية، والتلفزيون الرقمي، وبنوك الإنترنت، وتعد بنوك الإنترنت الأعم والأشمل والأيسر، والأكثر أهمية في مجال توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية، وذلك بفضل اتساع شبكة الإنترنت، والزيادة اليومية لعدد مستخدميها، **ويمكن تمييز بنوك الإنترنت إلى قسمين رئيسين**:

- **القسم الأول**: وهو ما يتعلق بأداء الخدمات المصرفية من خلال شبكة الإنترنت دولية، من خلال ربط المصارف لحواسيبها على الشبكة الدولية، فيتمكن العميل من أي مكان، وفي أي وقت من الدخول على هذه الشبكة، ثم من خلال رقم سري شخصي يمكنه الدخول إلى حاسب المصرف لتنفيذ تعليماته المصرفية، وفقاً للقواعد والاشتراطات المسموح بها المحددة.
- **القسم الثاني**: وهو يتعلق بالتجارة الإلكترونية، التي تتم عبر شبكة الإنترنت بين بائع ومشترٍ، وكل من بنكي البائع والمشتري لتسوية المبالغ المطلوبة.

وتقسم السلع الإلكترونية التي يتم تبادلها من خلال التجارة الإلكترونية إلى نوعين هما: (الشمري، وأخرون، ٢٠٠٨، ص ٣٣).

- المنتجات التي يُتعامل بها إلكترونياً وفق المراحل الثلاث للمعاملة الإلكترونية، وهي الدعاية وجمع المعلومات، والشراء والدفع الإلكتروني، وتسليم السلعة التي تكون غير ملموسة (سلع افتراضية) ، وتشمل خمس مجموعات رئيسة أهمها: سلع التسلية مثل: الألعاب والأفلام، وخدمات النقل والسفر مثل: حجز تذاكر الطيران وغيرها، والصحف والمجلات الإلكترونية، والخدمات المالية، وخدمة البريد الإلكتروني.
- السلع والخدمات التجارية التي لا يمكن تسليمها إلكترونياً بسبب عدم إمكانية تحويلها إلى ملفات أو معلومات أو بيانات رقمية.

وفي حالة التسوق الإلكتروني تُسدَّد من خلال ثلاث وسائل هي: (الشمري، وأخرون، ٢٠٠٨، ص ٣٤)

- الدفع النقدي الإلكتروني من خلال استخدام النقود الإلكترونية.
- الشيكات الإلكترونية، وهي تحرر باستخدام الكمبيوتر، وتأخذ مسار الشيك الورقي.
- البطاقات الذكية التي تتيح للعملاء شحن بطاقاتهم بقيم نقدية، تخصم من حساباتهم الجارية، وتستخدم على ماكينات نقاط البيع في المشاريع التجارية، أو خلال التسوق الإلكتروني.

ومن أهم الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة:

دراسة **(Abushanab, et al, 2010)** بعنوان: " Internet Banking and Cu-tomer's Acceptance in Jordan: The Unified model's Perspective". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى قبول تطبيق تكنولوجيا بنوك الإنترنت في الأردن، من وجهة نظر زبائن ثلاثة بنوك أردنية (البنك العربي، وبنك الإسكان، والبنك الإسلامي الأردني)، حيث وُزعت استبانة على عينة من الزبائن خلال فترة أسبوعين متتاليين، ولقد وُزعت ٩٤٠ استبانة استبعد منها ٦٢ استبانة لعدم استكمال الإجابات عليها، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم العوامل التي تعزز قبول استخدام بنوك الإنترنت تعود إلى: فعالية الأداء المتوقع من استخدام بنوك الإنترنت، والتأثيرات الاجتماعية من وعي وثقافة اجتماعية، والكفاءة الشخصية من مهارات ومعرفة في استخدام بنوك الإنترنت، والثقة المتوقعة في أنظمة الحماية والأمان وحماية الخصوصية عند استخدام الإنترنت، والنية والقصد السلوكي في تعلم استخدام بنوك الإنترنت.

دراسة **(Abu Alegah and Al- rfou, 2010)** بعنوان: "The Effect of Using E-Commerce on Customers Services Case Study Jordanian Electricity Distri-bution Companies" هدفت هذه الدراسة إلى اكتشاف أثر استخدام التجارة الإلكترونية على الخدمات المقدمة لزبائن شركات الكهرباء الأردنية، حيث اعتبرت الدراسة الكهرباء سلعة يمكن أن تُباع عبر الإنترنت واستلام قيمة فواتير الكهرباء من خلال وسائل الدفع الإلكتروني، ومنها بطاقة الائتمان.

احتوى مجتمع الدراسة على مديري شركات الكهرباء الأردنية، حيث وُزعت ٢٠٥ استبانة واُسترجعت ١٦٠ استبانة، وبنسبة استجابة بلغت ٨٠٪ من الاستبانات الموزعة.

توصلت الدراسة إلى أن هناك ضعفاً في استخدام التجارة الإلكترونية في خدمة زبائن شركات الكهرباء الأردنية، وأن ندرة المعلومات في مجال تكنولوجيا المعلومات، والقصور في البنية التحتية الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية من موارد بشرية كفؤة، وأجهزة وبرامج حاسوبية متطورة وغيرها، وفقدان الدعم من قبل القطاعات الأخرى ومنها القطاع المصرفي، كانت من أهم المعوقات الأساسية التي تعوق شركات الكهرباء الأردنية من ممارسة التجارة الإلكترونية.

دراسة **(Uppal, 2008)** بعنوان: "Customer Perception of E- Banking Services of Indian Banks" قامت بتحليل نوعية الخدمات المقدمة عبر المصارف الإلكترونية في الهند، وذلك من خلال توزيع استبانة على عملاء المصارف الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن معظم عملاء المصارف الإلكترونية، راضون عن القنوات والخدمات المتنوعة المقدمة من قبل المصارف الإلكترونية، وأن السبب الرئيسي لعدم انتشار هذه الخدمات يعود إلى عدم إدراك العملاء لهذه الخدمات المقدمة.

وبينت الدراسة أن العملاء الذين يتمتعون بالدخل المرتفع، ومستوى تعليمي مرتفع، ومستوى وظيفي مرموق، ورجال الأعمال الذين يستخدمون قنوات توزيع الموردين أكثر إدراكا واستخدمًا لخدمات بنوك الإنترنت.

دراسة **(Jahangir and Begum, 2007)** بعنوان: " Effect of Perceived Usefu-ness, Ease of Use, Security and Privacy on Customer Attitude and Adapta-tion in the Context of E- Banking". هدفت إلى وضع إطار مفاهيمي عن أثر، ومنافع وسهولة وأمان وخصوصية تبني استخدام العمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الإلكترونية في بنغلادش، ولقد وُزعت ٢٢٧ استبانة على ٢٢٧ عميلاً من عملاء المصارف التجارية الخاصة، وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل التي تمت دراستها في الإطار المفاهيمي المقترح لها علاقة إيجابية في تبني العملاء استخدام العمليات المصرفية الإلكترونية.

دراسة (**حجازي**، ٢٠٠٧) بعنوان: «تقويم مدى استعداد المصارف الأردنية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية» تم تقويم مستوى جاهزية المصارف التجارية الأردنية لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بناءً على أربعة محاور رئيسية هي: مديرو المصرف، تقبل الزبائن لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في المصرف، ومستوى الجاهزية الإلكترونية للدولة، وتلخصت أهم نتائج الدراسة في أن الخدمات المصرفية الإلكترونية في مراحلها الأولية في الأردن، حتى الآن لا يوجد أي بنك في الأردن يقوم بتقديم جميع أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية للعملاء.

إن المديرين في المصارف مدركون إلى حد ما القيمة الإستراتيجية والعملية للخدمات المصرفية الإلكترونية كقنوات فعالة، لكن من ناحية أخرى لديهم مخاوف عدة من تنفيذ هذه الخدمات الإلكترونية بنجاح وأمان.

إن سهولة استعمال الخدمات المصرفية الإلكترونية والفائدة المحققة من استعمالها هما العاملان الأهم لدى العملاء في استعمال الخدمات المصرفية الإلكترونية، ولقد قيمت جميع أبعاد البنية التحتية في المصارف في هذه الدراسة بأنها عالية، باستثناء جاهزية موظفي دائرة تكنولوجيا المعلومات فقد قيمت جاهزيتهم بدرجة متوسطة.

دراسة **(Shah, 2006)** بعنوان: "Organizational Critical Success Factors in Adoption of E- Banking at the Woolwich"، طبقت هذه الدراسة على بنك (Woolwich) في بريطانيا، والذي نجح في تطبيق العمل المصرفي الإلكتروني من خلال الإنترنت، وبحثت في أهم العوامل الحرجة التي ساعدت في تحقيق هذا النجاح.

خلصت الدراسة إلى أن المصرف يحتاج إلى إجراء تغيرات مهمة في الإدارة كعنصر أساسي من عناصر استراتيجيتة، وذلك من أجل وجود إدارة قادرة على تنفيذ تغيرات تنظيمية لتطبيق القنوات الإلكترونية، ومن هذه التغيرات إعادة هندسة عمليات المصرف، والتي تمكنه من تسريع تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بكفاءة وفعالية.

دراسة (**محسن، ٢٠٠٥**) بعنوان: «التجارة الإلكترونية: متطلباتها واستراتيجية تنميتها مع الإشارة لمصر» تناولت هذه الدراسة معالم التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي والمقارنات الدولية حول مدى توافر استراتيجيات عامة لتنمية التجارة الإلكترونية، ودرجة توافر المتطلبات العامة لممارستها، وتحليل وضع التجارة الإلكترونية في مصر وأهم الجهود الحكومية لتنشيطها وتطويرها، ثم تحليل أهم أسباب ضعفها والمعوقات التي تواجه نموها.

توصلت الدراسة إلى أن تنمية التجارة الإلكترونية يترتب عليها تطوير الأداء الإداري والتنظيمي للمنشآت في مختلف القطاعات وتوثيق العلاقات التشابكية بين مختلف القطاعات، وأن صياغة إستراتيجية تنمية التجارة الإلكترونية وتنفيذها في مصر يتطلب مشاركة الجهود وتنسيقها بين مختلف الجهود ذات العلاقة بما فيها الحكومة ومنشآت الأعمال وشركات الاتصالات والمعلومات والمصارف التجارية، كما يستلزم التعاون مع الدول المتقدمة والمنظمات الدولية المعنية.

دراسة (**سالم، وعواد، ٢٠٠٥**) بعنوان: «المنافع المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية» سعت هذه الدراسة إلى دراسة مستوى تبني الشركات

الأردنية لتطبيقات التجارة الإلكترونية والمنافع المدركة من تبنيها، وقُسمت هذه المنافع إلى منافع وظيفية وهي المنافع المباشرة والاجتماعية، ومنافع إستراتيجية وهي المنافع غير المباشرة والمنافع التنافسية.

أشارت نتائج الدراسة إلى انخفاض مستوى إدراك الشركات الأردنية للمنافع والفرص التي توفرها تطبيقات التجارة الإلكترونية بشكل عام، حيث كانت المنافع المباشرة والاجتماعية (المنافع الوظيفية) هي الأكثر إدراكا، بينما لم تُدرك المنافع غير المباشر والتنافسية (المنافع الإستراتيجية) . ولعل ذلك يفسر انخفاض مستوى إدراك الشركات للمنافع المختلفة التي توفرها تطبيقات التجارة الإلكترونية. وتوصي الدراسة بأن تُزاد مستوى الإدراك للمنافع المحتملة للتجارة الإلكترونية من خلال بناء الثقافة الإلكترونية في المجتمع الأردني، وإيجاد جيل من الخريجين المؤهلين في مجال تكنولوجيا المعلومات، وإتاحة المعلومات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية لكل من يحتاجها، وأخيراً مواكبة التطورات في مجال التطبيقات المستقبلية للتجارة الإلكترونية.

دراسة (**سهاونة، ٢٠٠٢**) بعنوان: «التجارة الإلكترونية: التجربة الأردنية» تناولت هذه الدراسة التجربة الأردنية في التجارة الإلكترونية من حيث البنية التحتية، والمشاكل التي تواجه الشركات في تطبيق التجارة الإلكترونية، وركزت على الشركات التي تمتلك مواقع إلكترونية، كما قامت باستعراض موجز لوضع التجارة الإلكترونية في دول مثل: لبنان ومصر والإمارات، وهي الدول التي تدخل في دراسات اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي أسيا (ESCWA) . وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق التجارة الإلكترونية في الأردن تواجه مجموعة من التحديات والصعوبات مثلها مثل باقي الدول في المنطقة من حيث التشريعات القانونية، وخصوصية المعلومات والثقة وضعف الوعي العام بمواضيع التجارة الإلكترونية، وأن هناك حاجة لمزيد من التنسيق بين القطاعات المختلفة لتشجيع استخدام التجارة الإلكترونية في المملكة. وانتهى الباحث إلى مجموعة من التوصيات كان من أبرزها ضرورة تكثيف دور الحكومة والقطاع العام في تطوير التجارة الإلكترونية.

منهجية الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها، فقد اعتمدت الدراسة على المصادر الثانوية لتشمل مسحاً للدراسات النظرية السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والمصادر الأولية، التي شملت تصميم استبانة وتوزيعها على عينة الدراسة بهدف تجميع البيانات المطلوبة، لاختبار فرضيات الدراسة.

مجتمع الدراسة وعيّنتها:

يتكون مجتمع الدراسة من المصارف العاملة في الأردن كافة (المراكز الرئيسية في مدينة عمان) ، وعددها ٢٣ بنكاً أردنياً وغير أردني، كما وردت في التقرير السنوي للبنك المركزي لعام ٢٠٠٩، واستثنيت المصارف العاملة في الأردن وغير الأردنية وعددها ٥ مصارف، ورفضت ٣ مصارف أردنية المشاركة في تعبيئة الاستبانة بسبب سياسة المصرف التي تمنع المشاركة، كما أفاد موظفو المصرف عند زيارتها، وبالتالي لم تدخل ضمن عينة الدراسة، وكما هو موضح في ملحق (١) في الدراسة الذي يظهر أسماء المصارف الأردنية المشاركة في تعبئة الاستبانة، والبالغ عددها ١٥ بنكاً.

وُزعت ١٠ استبانات على كل مصرف من مصارف العينة، بحيث تم تأكيد قيام المديرين أو من ينوب عنهم وأصحاب الخبرات والباع الطويل في عمليات الصيرفة الإلكترونية بتعبئة هذه الاستبانات، واستطاعت الباحثة استرداد ١١٨ استبانة من الاستبانات الموزعة، وبنسبة استرداد ٧٩٪، واستثني خمس استبانات لقناعة الباحثة بعدم الموضوعية في تعبئتها، أو ترك المجيب العديد من أسئلة الاستبانة بدون إجابة، وعليه فإن الاستبانات الخاضعة للتحليل بلغت ١١٣ استبانة، وبنسبة ٧٥٪ من الاستبانات الموزعة.

صدق أداء الدراسة وثباتها:

تحققت الباحثة من صدق بنود الاستبانة من خلال عرضها على عدد من المحكمين المتخصصين من أعضاء هيئة التدريس في بعض الجامعات الأردنية، وعلى بعض مديري المصارف، وقد عُدِّلت في ضوء مقترحاتهم، ولقياس مدى ثبات الأداة، اُستخدم مقياس كرونباخ ألفا لقياس الاتساق الداخلي لجميع أسئلة الاستبانة، حيث بلغ ٧٩٪، ويعد كافيا لأغراض الدراسة، ويدل على وجود درجة ثبات مرتفعة لأداة الدراسة، بحيث زادت قيمة معامل الثبات على ٦٠٪، وهي أقل نسبة مقبولة إحصائياً لاختبار ثبات أداة الدراسة.

أساليب جمع البيانات وتحليلها:

اعتمدت الدراسة على تطوير استبانة خاصة بها، **بحيث تكونت الاستبانة من قسمين رئيسين**: هدف الأول منهما إلى تحديد خصائص عينة الدراسة من حيث العمر والمؤهل العلمي والخبرات العملية للمستجيب، وهدف القسم الثاني منها إلى اختبار فرضيات الدراسة.

فيما يتعلق بالجانب الإحصائي؛ فقد اُستخدمت الأساليب الإحصائية التي تلائم مجال الدراسة، منها الإحصاء الوصفي المتمثل بإيجاد الوسط الحسابي، حيث اُستخدم لبيان درجة الموافقة على أهمية كل بند من بنود الدراسة، وأعطيت رتبة لكل بند وفقاً لتسلسل وسطها الحسابي، كما وضعت النسب المئوية لأعلى إجابة على كل بند من بنود الاستبانة، ومن ثم اُحتسب الوسط الحسابي للمحور كله لمعرفة في أي درجة موافقة يقع على مقياس ليكرت المستخدم، كما اُستخدم الانحراف المعياري لقياس تشتت البيانات عن وسطها الحسابي، وكذلك اُستخدم اختبار T للعينة الواحدة (One sample T test) ، نظراً لتوافر البيانات التي تتناسب مع هذا التحليل الذي استخدمته الباحثة لمعرفة فيما إذا كان هناك فروقات مهمة في آراء عينة الدراسة، بحيث تُحتسب قيمة (T) ، والقيمة المعنوية لكل محور من محاور الدراسة، ومن ثم حُددت المحاور التي وسطها الحسابي أعلى أو أقل من وسط الاختبار، وباختلاف معنوي ذي دلالة إحصائية. إضافة إلى تحديد المحاور التي يقترب وسطها من وسط الاختبار وباختلاف غير معنوي.

ويمكن الاعتماد على قيمة T المحسوبة بحيث تقبل الفرضية البديلة إذا كانت القيمة المحسوبة لـ (T) أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (١. ٦٧) عند مستوى معنوية ٥٪، وتقبل الفرضية العدمية إذا كانت القيمة المحسوبة (T) أقل من القيمة الجدولية، والبالغة (١. ٦٧) عند مستوى معنوية ٥٪.

ولقد أعطيت الأوزان من (٥– ١) باعتماد مقياس ليكرت ذي الأبعاد الخمسة، ولقد اعتمدت وسط الاختبار البالغ قيمته ٣ وبنسبة ٦٠٪ (٣/٥) لكل بند من بنود الاستبانة المكونة من مقياس يتكون من خمسة مستويات هي: (١) غير موافق بشدة وبنسبة ٢٠٪، (٢) غير موافق وبنسبة ٤٠٪، (٣) محايد وبنسبة ٦٠٪، (٤) موافق وبنسبة ٨٠٪، (٥) موافق بشدة وبنسبة ١٠٠٪.

تحليل البيانات ونتائج الدراسة:

بعد أن قامت الباحثة بجمع البيانات بواسطة أداة الدراسة، وتحليلها لتحديد الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة، **واختبار فرضيات الدراسة وعرضها على النحو الآتي**:

◄ **أولاً: الخصائص النوعية لعينة الدراسة**:

يظهر الجدول (١) الخصائص النوعية لعينة الدراسة والذي أظهر النتائج الآتية:

الجدول (١)

الخصائص النوعية لعينة الدراسة

	الخصائص النوعية	العدد	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	الدبلوم (كليات المجتمع)	٥	٠,٠٥
	بكالوريوس	٨٥	٠,٧٥
	ماجستير	١٥	٠,١٣
	دكتوراه	٨	٠,٠٧
المجموع		١١٣	١٠٠٪
العمر	٢١- ٣٠ سنة	١٣	٠,١٢
	٣١- ٤٠ سنة	٢٢	٠,١٩
	٤١- ٥٠ سنة	٤٨	٠,٤٢
	٥١- ٦٠ سنة	٢٨	٠,٢٥
	أكثر من ٦٠ سنة	٢	٠,٠٢
المجموع		١١٣	١٠٠٪
الخبرات العملية	أقل من ٦ سنوات	٤	٠,٠٤
	٦- ١٠ سنوات	١٤	٠,١٢
	١١- ١٥ سنة	٤٩	٠,٤٣
	١٦- ٢٠ سنة	٢٤	٠,٢١
	أكثر من ٢٠ سنة	٢٢	٠,٢٠
المجموع		١١٣	١٠٠٪

من دراسة خصائص عينة الدراسة يتضح توافر المعرفة العلمية للعينة، فكان ٩٥٪ من عينة الدراسة من حملة الشهادات العلمية الجامعية، و٥٪ من عينة الدراسة من حملة شهادات كليات المجتمع، وكذلك لوحظ كفاية الخبرات العملية لدى المجيبين، حيث زادت خبرة ٨٤٪ (٠,٤٣+٠.٢١ +٠,٢٠) من عينة الدراسة عن ١١ إلى ٢٠ عاماً، وهذا مؤشر على تمتع عينة الدراسة بخبرة مرتفعة، يمكن اعتبارها مؤشراً على مصداقية نتائج الدراسة.

◄ **ثانياً: المعلومات الخاصة بأبعاد الدراسة واختبار فرضيات الدراسة:**

فيما يأتي عرض لأهم النتائج التي تم التوصل إليها من تحليل إجابات عينة الدراسة، حيث تم اختبار أهم الفرضيات التالية:

أ. الفرضية الأولى: تؤدي المصارف الأردنية دوراً مهماً في تعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

ستُعرض النتائج المتعلقة بأهمية الدور الذي تؤديه المصارف الأردنية في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها في الجدول (٢) ، والذي أظهر النتائج الآتية:

الجدول (٢)

دور المصارف الأردنية في تطوير وتشجيع التجارة الإلكترونية

الفقـــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
تلعب المصارف الأردنية دورا هامًا في تعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.				
١. تضع المصارف الأردنية الخدمات المصرفية الإلكترونية في متناول يد العملاء وتوفرها طوال اليوم على مدار الساعة.	٤,٦٥	٠,٤٤	الأولى	٩٣٪
٢. تقدم المصارف الأردنية الخدمات المصرفية الإلكترونية للعملاء بتكلفة أقل.	٤,٥٧	٠,٦٨	الثانية	٩١٪
٣. تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية المتنوعة لخدمة عمليات التجارة الإلكترونية، مما يسهم في كسر حاجز المكان وتقصير زمن أداء الخدمة.	٤,٣٦	٠,٣٧	الثالثة	٨٧٪
٤. التوسع القائم في استخدام شبكة الإنترنت، وبالتالي إجراء الخدمات المصرفية عليها وإتاحة الفرص أمام العمل المصرفي للتوسع دونما حدود جغرافية ليصبح ميدانه العالم كله.	٤,٠٥	٠,٥٤	الرابعة	٨١٪
٥. متابعة جميع مستجدات أدوات الصيرفة الإلكترونية، وتبنيها من أجل دعم عمليات التجارة الإلكترونية.	٣,٩٤	٠,٦٧	الخامسة	٧٩٪
٦. تقديم الخدمات المصرفية والمالية بعيداً عن الوسائل التقليدية، بحيث تتناغم احتياجات ومتطلبات العملاء المتطورة.	٣,٨٤	٠,٦٢	السادسة	٧٧٪
٧. إيجاد تصور شامل لمقتضيات التجارة الإلكترونية وشروط رواجها على شبكة الإنترنت.	٣,٣٢	٠,٧٤	السابعة	٦٦٪
٨. تفرض نفسها في المعلوماتية، لتأخذ دورها كشريك في تطوير وتقدم نظام التجارة الدولية الجديد.	٣,٢٨	٠,٧١	الثامنة	٦٦٪
٩. توفير القروض الشخصية لأغراض تمكين المستهلكين من شراء الحاسبات الشخصية والأجهزة الإلكترونية والبرمجيات المتطورة، الأمر الذي يشجع المستهلكين على الإقبال على اقتصاد المعرفة.	٢,٨٧	٠,٨٧	التاسعة	٥٧٪
١٠. تمويل شركات الاقتصاد الجديد، أي شركات التكنولوجيا والإنترنت والاتصالات، من أجل دعم إنشاء الجديد منها أو توسعة أعمال القائم منها.	٢,٤٥	٠,٧٥	العاشر	٤٩٪
١١. إدخال تغيير هيكلي على نمط التمويل الذي يقوم به المصرف ليغطي نشاطه تمويل الإنفاق على البحث العلمي، والتطوير التكنولوجي.	٢,٣٤	٠,٥٩	الحادي عشر	٤٧٪
المحور ككل (دور المصارف الأردنية في تعزيز وتطوير التجارة الأردنية)	٣,٦٢	٠,٣٤	–	٧٢٪

يظهر الجدول (٢) ترتيب فقرات الاستبانة المتعلقة في دور عمليات الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، فقد تبين

أن المصارف الأردنية تضع الخدمات المصرفية الإلكترونية في متناول يد العملاء، وتوافرها طوال اليوم على مدار الساعة، وقد احتلت هذه الخدمة المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي (٤,٦٥) ، وبنسبة موافقة (٩٣٪) ، وانحراف معياري (٠,٤٤) ، وجاء تقديم المصارف الأردنية الخدمات المصرفية الإلكترونية للعملاء بتكلفة أقل بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٥٧) ، وبنسبة موافقة (٩١٪) ، وانحراف معياري (٠,٦٨) ، بينما احتلت الفقرات المتعلقة في توفير القروض الشخصية لأغراض تمكين المستهلكين من شراء الحاسبات الشخصية والأجهزة الإلكترونية والبرمجيات المتطورة، وتمويل شركات التكنولوجيا والإنترنت والاتصالات من أجل دعم إنشاء الجديد منها أو توسعة أعمال القائم منها، وإدخال تغيير هيكلي على نمط التمويل الذي يقوم به المصرف ليغطي نشاطه تمويل الإنفاق على البحث العلمي، والتطوير التكنولوجي، في المراتب الأخيرة، وبوسط حسابي أقل من وسط الاختبار البالغ (٣) وبنسبة موافقة أقل من ٦٠٪.

وقد بلغ الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على هذا المحور ككل ٣,٦٢، وبنسبة موافقة ٧٢٪، وانحراف معياري ٠,٣٤، وهو يؤكد أن الدور الذي تؤديه المصارف الأردنية جيّد وما زال بحاجة إلى زيادة الاهتمام من قبل المصارف الأردنية، وخصوصاً بما يتعلق في دورها بتوفير القروض الشخصية لأغراض تمكين المستهلكين من اقتناء الأجهزة الإلكترونية والبرمجيات المتطورة، وزيادة الاهتمام في تمويل شركات التكنولوجيا والإنترنت والاتصالات، وإدخال تغيير هيكلي على نمط التمويل الذي يقوم به المصرف ليغطي نشاطه في تمويل الإنفاق على البحث العلمي والتطوير التكنولوجي، الأمر الذي من شأنه أن يطور العملية الإنتاجية بكاملها، ويخلق ديناميكات جديدة للتطور الاقتصادي.

وبتطبيق اختبار (T) للعينة الواحدة لاختبارأهمية الدور الذي تؤديه المصارف التجارية في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، أظهر الجدول (٣) الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لجميع البنود المتعلقة في الفرضية السابقة.

الجدول (٣)

الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لدور المصارف التجارية في تعزيز التجارة الإلكترونية

وسط الإجابات	قيمة (T)	مستوى الدلالة (SIG)	النسبة المئوية لوسط الإجابات (نسبة الموافقة)
٣,٦١٦	٥,٤٧٨	٠,٠٠٠	٧٢٪

بالرجوع إلى الجدول (٣) ، فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت (٥,٤٧٨) ، وهي أكبر من قيمة (T) الجدولية (١,٦٧) ، كما أن مستوى الدلالة المحسوب (٠,٠٠٠) ، وهو أقل من ٥٪،

وبالتالي ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة، مما يؤكد الدور الذي تؤديه المصارف الأردنية في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها.

ب. ثانياً: تتوافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف الأردنية لتأدية الدور المطلوب منها في تعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

وينبثق عن هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية أهمها:

- تتوافر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها.

عُرضت النتائج المتعلقة بمدى توافر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها في الجدول (٤) ، الذي أظهر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذه الفرضية على النحو الآتي:

الجدول (٤)

توفر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية
في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

الفقـــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبةالمئوية لدرجة الموافقة
تتوفر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية				
١. تتوافر تشريعات الخصوصية (حماية الحق في البيانات الشخصية) ، وحماية نظم المعلومات من مخاطر الاعتداء على البيانات الشخصية.	٤,٦٤	٠,٤٣	الأولى	٪٩٣
٢. تتوافر تشريعات جرائم الكمبيوتر، والتي تحمي الأصول المالية من مخاطر الجرائم التي تستخدم الكمبيوتر وسيلة للاستيلاء عليها.	٤,٥٣	٠,٥٧	الثانية	٪٩١
٣. تتوافر تشريعات حماية برامج الكمبيوتر من مخاطر القرصنة، والأعمال التي تقع ضمن دائرة الملكية الفكرية ولا سيما حق حماية المؤلف.	٤,٣٢	٠,٦٦	الثالثة	٪٨٦
٤. تراعي التشريعات التجارية المستجدات التكنولوجية في أنظمة الدفع النقدي ونقل الأموال بالطرق الإلكترونية.	٤,٢١	٠,٥١	الرابعة	٪٨٤
٥. تتوافر قواعد معلومات متطورة تكفل استمرار بقاء الإدارات القانونية على إطلاع على كل ما هو جديد.	٤,١٦	٠,٤٤	الخامسة	٪٨٣
٦. تتوافر بيئة تشريعية ملائمة لاحتضان العمل الإلكتروني وتعزيزه في الميدان المصرفي والمالي خصوصاً.	٤,١٣	٠,٣٧	السادسة	٪٨٣
٧. تتوافر تشريعات لتقنين الأعمال الإلكترونية والاهتمام بالتنظيم القانوني لبطاقات الائتمان.	٤,٠٥	٠,٤١	السابعة	٪٨١

الفقـــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبةالمئوية لدرجة الموافقة
٨. تتوافر تشريعات لتقنين الأعمال الإلكترونية والاهتمام بالقوة الثبوتية للوسائل الإلكترونية ومستخرجات الكمبيوتر.	٣,٩٣	٠,٤٨	الثامنة	٪٧٩
٩. . يتم اعتماد المستندات الإلكترونية وقبول اعتماد التوقيعات على هذه المستندات، وغير ذلك من إجراءات التوثيق القانونية المستخدمة في الصفقات التجارية التي تتم عبر العمليات المصرفية الإلكترونية.	٢,٧٤	٠,٦٣	التاسعة	٪٥٥
١٠. تحظى المستندات والأدلة الإلكترونية بالمستوى ذاته من الاعتراف القانوني الذي تحظى به الأدلة الكتابية أو المادية	٢,٤٦	٠,٥٨	العاشرة	٪٤٩
١١. النظام القضائي المتخصص، (اقتصاديا وماليا ومصرفيا) قادر عمليًا على تطبيق تشريعات الصيرفة الإلكترونية.	٢,٣٧	٠,٦١	الحادي عشر	٪٤٧
المحور ككل (تتوافر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية)	٣,٧٨	٠,٤٧	–	٪٧٦

يظهر الجدول (٤) أن توافر تشريعات الخصوصية (حماية الحق في البيانات الشخصية) كانت بالمرتبة الأولى، وبوسط حسابي (٤,٦٤) ، وبنسبة موافقة (٩٣٪) ، في حين إن تشريعات جرائم الكمبيوتر أو الاعتداء على نظم المعلومات ذات القيمة الاقتصادية، التي تحمي الأصول المالية من مخاطر الجرائم في المرتبة الثانية، ومتوسط حسابي (٤,٥٣) وبنسبة موافقة (٩١٪) ، وتوفر تشريعات حماية برامج الكمبيوتر من مخاطر القرصنة والنسخ غير المشروع وإعادة الإنتاج والتقليد، والأعمال التي تقع ضمن دائرة الملكية الفكرية، ولا سيما حق حماية المؤلف، كانت في المرتبة الثالثة وبوسط حسابي (٤,٣٢)، وبنسبة موافقة (٨٦٪) ، بينما احتلت المراتب الأخيرة وبوسط حسابي أقل من وسط الاختبار البالغ (٣) ، وبنسبة موافقة أقل من ٦٠٪، التشريعات المتعلقة في عدم اعتماد التوقيعات على المستندات الإلكترونية، وغير ذلك من إجراءات التوثيق القانونية المستخدمة في الصفقات التجارية التي تتم عبر العمليات المصرفية الإلكترونية، وبوسط حسابي (٢,٧٤) وبنسبة موافقة (٥٥٪) ، وعدم الاعتراف في المستندات والأدلة الإلكترونية بالمستوى ذاته من الاعتراف القانوني الذي تحظى به الأدلة الكتابية أو المادية، وبوسط حسابي ٢,٤٦، وبنسبة موافقة (٤٩٪) ، وكان بالمرتبة الأخيرة، وبوسط حسابي (٢,٣٧) ، وبنسبة موافقة (٤٧٪) عدم قدرة النظام القضائي المتخصص، (اقتصاديا وماليا ومصرفيا) ، على التطبيق العملي لتشريعات الصيرفة الإلكترونية.

ولاختبار الفرضية المتعلقة بتوافر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، فقد أظهر الجدول

(٥) الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لجميع البنود المتعلقة في الفرضية السابقة.

الجدول (٥)

الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لتوفر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

وسط الإجابات	مستوى الدلالة (SIG)	قيمة (T)	النسبة المئوية لوسط الإجابات (نسبة الأهمية)
٣,٧٧٦	٠,٠٠٠	٧,٣٩٧	٪٧٦

بالرجوع إلى الجدول (٥) فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت (٧,٣٩٧) وهي أكبر من قيمة (T) الجدولية (١,٦٧) ، كما أن مستوى الدلالة المحسوب (٠,٠٠٠) وهو أقل من ٥٪، وبالتالي ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة، بتوافر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

- تتوافر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها

عُرضت النتائج المتعلقة بمدى توافر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها في الجدول (٦)، وظهرت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذه الفرضية على النحو الآتي:

الجدول (٦)

توفر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية
في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

الفقـــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
تتوفر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية				
١. يتم التعامل مع جرائم الكمبيوتر والإنترنت، والتي أضحى التعامل معها بشكل يضمن أمن وسرية وخصوصية المعلومات أساس انتشار التجارة الإلكترونية وتطويرها.	٤,٨٠	٠,٣٣	الأولى	٪٩٦
٢. توافر برامج لحماية البيانات المنقولة عبر الإنترنت ومنع الاتصالات الضارة بسوق التجارة الإلكترونية، كرسائل البريد الإلكتروني الموجهة بكثافة دون رغبة المتلقي.	٤,٧٢	٠,٤٦	الثانية	٪٩٤

الفقـــــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
٣. وجود أنظمة تشفير وترميز ذات تقنيات متطورة خاصة مع تعاظم جرائم الكمبيوتر والإنترنت والاعتداءات على البيانات والمعلومات في السنوات الأخيرة.	٤,٦١	٠,٥٤	الثالثة	٪٩٢
٤. تتوافر أنظمة متقدمة للوقاية والتدقيق الإلكتروني والإنذار المبكر من خلال إعادة نظر دورية لأمان الشبكات وأنظمة المعلومات.	٤,٤٥	٠,٦٣	الرابعة	٪٨٩
٥. تتوافر وسائل الحماية التقنية كجدران النار (Fire Wall) (برامج تعمل كوسيط لحماية قواعد البيانات من الاختراقات) وكلمات السر ووسائل التعريف البيولوجية والتشفير وغيرها.	٤,٣٤	٠,٧٢	الخامسة	٪٨٧
٦. تتوافر قواعد إجرائية تلائم النمط المستجد من جرائم الحاسوب المعاصرة، مما يعزز ويطور عمليات التجارة الإلكترونية.	٤,٢٠	٠,٥٦	السادسة	٪٨٤
٧. يتم التعامل مع ظاهرة القرصنة المتنامية على شبكة الإنترنت وخاصة في مجال تبيض الأموال، والتي توسع اتصالاتها عبر عدد من البلدان.	٤,٠٩	٠,٤٨	السابعة	٪٨٢
٨. التأمين على الاختراقات الداخلية والخارجية للأنظمة المعلومات التكنولوجية لتقليل من مستوى المخاطر التي قد يتحملها المصرف في ظل عمليات الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.	٤,٠٥	٠,٥٤	الثامنة	٪٨١
٩. إن الوسائط المعتمدة على نظم الكمبيوتر والإنترنت وسائر وسائط الاتصال اللاسلكية، أكثر أماناً من الوسائط التقليدية والأدلة الكتابية أو المادية.	٢,٠٣	٠,٦٣	التاسعة	٪٤١
المحور ككل (تتوفر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية)	٤,١٤	٠,٥٢	–	٪٨٣

أظهر الجدول (٦) أن جميع فقرات الفرضية السابقة حصلت على وسط إجابة مرتفع وبنسبة موافقة تزيد على ٨٠٪، باستثناء البند المتعلق في أن الوسائط المعتمدة على نظم الكمبيوتر والإنترنت وسائر وسائط الاتصال اللاسلكية، أكثر أماناً من الوسائط التقليدية والأدلة الكتابية أو المادية، فقد كان هذا البند في المرتبة الأخيرة، وحصل على وسط حسابي بلغ ٢,٠٣، وبنسبة موافقة ٤١٪، ويعود ذلك –من وجهة نظر الباحثة وكما تبين من النتائج السابقة– إلى أن المستندات والأدلة الإلكترونية لا تحظى بالمستوى ذاته من الاعتراف القانوني الذي تحظى به الأدلة الكتابية أو المادية.

وبتطبيق اختبار (T) للعينة الواحدة لاختبار الفرضية المتعلقة في توافر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، فقد أظهر الجدول (٧) الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية

لجميع البنود المتعلقة في الفرضية السابقة.

الجدول (٧)

الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لتوفر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

وسط الإجابات	مستوى الدلالة (SIG)	قيمة (T)	النسبة المئوية لوسط الإجابات (نسبة الأهمية)
٤,١٤٣	٠,٠٠٠	١٠,١١٢	٨٣٪

يظهر الجدول (٧) أن قيمة (T) المحسوبة بلغت (١٠,١١٢) ، وهي أكبر من قيمة (T) الجدولية (١,٦٧) ، كما أن مستوى الدلالة المحسوب (٠,٠٠٠) هو أقل من ٥٪، وبالتالي تقبل الفرضية البديلة بتوافر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية، وبوسط إجابات بلغ ٤,١٤٣، وبنسبة موافقة بلغت ٨٣٪.

- تتوافر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

عُرضت النتائج المتعلقة بمدى توافر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية في الجدول (٨) ، الذي أظهر النتائج الآتية:

الجدول (٨)

توفر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

الفقـــــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
تتوفر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية				
١. تتوافر شبكات اتصالات، وشبكات الإلكترونية تربط المصارف مع بعضهم بعضاً.	٤,٧٤	٠,٣١	الأولى	٩٥٪
٢. أخذت المصارف تتنافس فيما بينها بحيث توفر خدمات مالية متنوعة تشمل تقديم الفواتير إلكترونيا وتسديدها وعرض الأرصدة المالية.	٤,٦١	٠,٣٩	الثانية	٩٢٪
٣. تتوافر التقنيات الإلكترونية الحديثة التي تمكن العميل من القيام بالعمليات المصرفية التي يحتاجها من حسابه الجاري في المصرف.	٤,٥٦	٠,٤١	الثالثة	٩١٪
٤. تواكب المصارف الأردنية التطورات التكنولوجية، بحيث يتم الحصول على أحدث الأجهزة والبرامج.	٤,٤٢	٠,٣٥	الرابعة	٨٨٪

الفقـــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
٥. يتم تطوير أدوات الصيرفة الإلكترونية، وتحديد خصائصها وأقنية التوزيع المناسبة لها، بالاتفاق عليها من قبل مدراء المصارف.	٤,٣٧	٠,٤٤	الخامسة	٪٨٧
٦. أصبحت أجهزة الصراف الآلي (ATMs) وماكينات نقاط البيع (POS) تمثل آليات لتوفير الخدمة الذاتية، من ركائز التوزيع الإلكترونية المعروفة.	٤,٢٤	٠,٥٦	السادسة	٪٨٥
٧. تركز المصارف على تقديم خدماتها في المنزل، والمكتب، وبواسطة الهاتف الجوال، والإنترنت، وغيرها من الركائز الإلكترونية المتطورة المعروفة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	٤,٢١	٠,٨٧	السابعة	٪٨٤
٨. يتم استخدام الهواتف الخلوية في المصارف الإلكترونية، كالاستعلام من المصرف عن أرصدة الحسابات أو معرفة الأوضاع الراهنة لإجراء تسويات على الشيكات أو خلافه.	٤,١٢	٠,٨٣	الثامنة	٪٨٢
٩. تعتمد المصارف الأردنية التوقيع الإلكتروني بديلا عن التوقيع اليدوي.	٢,٣١	٠,٧٧	العاشرة	٪٤٦
المحور ككل (تتوفر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية)	٤,١٧٥	٠,٤٣	-	٪٨٤

أظهر الجدول (٨) أن معظم فقرات الفرضية السابقة حصلت على وسط إجابة مرتفع، وبنسبة موافقة تزيد على ٨٠٪، باستثناء الفقرة المتعلقة باعتماد المصارف الأردنية التوقيع الإلكتروني بديلا عن التوقيع اليدوي، وهذا ينسجم مع النتائج التي توصلنا إليها سابقاً بأن المستندات والأدلة الإلكترونية لا تحظى بالمستوى ذاته من الاعتراف القانوني الذي تحظى به الأدلة الكتابية أو المادية، مما يعوق انتشار استخدام الأدلة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني في عمليات الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

وبتطبيق اختبار (T) للعينة الواحدة لاختبار الفرضية المتعلقة في توافر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، فقد أظهر الجدول (٩) الوسط الحسابي، وقيمة (T) ، والقيمة المعنوية لجميع البنود المتعلقة في الفرضية السابقة.

الجدول (٩)

الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لتوفر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

وسط الإجابات	مستوى الدلالة (SIG)	قيمة (T)	النسبة المئوية لوسط الإجابات (نسبة الأهمية)
٤,١٧٥	٠,٠٠٠	١١,٦٦٥	٪٨٤

بالرجوع إلى الجدول (٩) فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت (١١,٦٦٥) ، وهي أكبر من قيمة (T) الجدولية (١,٦٧) ، كما أن مستوى الدلالة المحسوب (٠,٠٠٠) ، وهو أقل من ٥٪ وبالتالي ترفض الفرضية العدمية، وتقبل الفرضية البديلة، بتوافر التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية وبوسط إجابات مرتفع بلغ ٤,١٧٥، وبنسبة موافقة بلغت ٨٤٪، وهو مؤشر على مواكبة المصارف الأردنية التطورات التكنولوجية، من الحصول على أحدث الأجهزة والبرامج، وتطوير أدوات الصيرفة الإلكترونية، والمنتجات الجديدة، وتحديد خصائصها وأقنية التوزيع المناسبة لها.

- تتوافر الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

الجدول (١٠)

توفر الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

الفقــــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
تتوفر الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية				
١. يحرص المصرف على رفع كفاءة العنصر البشري في مواكبة الأجهزة التكنولوجية المتطورة.	٤,٨٣	٠,٥١	الأولى	٩٧٪
٢. تدريب الكوادر البشرية على المستويات المختلفة بشكل مستمر في مجال ثقافة تكنولوجيا المعلومات.	٤,٧٦	٠,٥٧	الثانية	٩٥٪
٣. تتوافر خطة تدريبية تغطي الجوانب التي يحتاج إليها الكادر البشري لتعامل مع عمليات الصيرفة الإلكترونية وعمليات التجارة الإلكترونية.	٤,٤٣	٠,٤٤	الثالثة	٨٧٪
٤. الاستفادة من الخبرات المتراكمة بين المصرفيين والفنيين في مجال الأعمال المصرفية الإلكترونية، والمشاركة في توحيد التدريب وأهدافه.	٤,٢٦	٠,٥٥	الرابعة	٨٥٪
٥. تتوافر لدى الإدارة والعاملين في المصارف الخبرة الكافية في مجال التكنولوجي ومخاطر الصيرفة الإلكترونية.	٤,٢٠	٠,٣٨	الخامسة	٨٤٪
٦. يتم توعية كافة الموظفين حول سياسة أمن المعلومات وذلك من خلال تنظيم دورات تدريبية متخصصة.	٤,١٧	٠,٣٥	السادسة	٨٣٪
٧. إجراء تدريبات أمنية على جرائم التقنية العالية تحقيقاً وكشفاً وإثباتا بما فيه تأهيل سائر المعنيين بوسائل الأمن وتنبيهم إلى مخاطر الاعتداءات على المعلومات.	٤,٠٩	٠,٤٩	السابعة	٨٢٪

الفقـــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
٨. تدريب الكوادر البشرية في الدوائر القانونية بالمصرف وتأهيلهم التقني بمستجدات التشريعات المطلوبة بخصوص تكنولوجيي الصيرفة الإلكترونية وعمليات التجارة الإلكترونية.	٤,٠٢	٠,٦٤	الثامنة	٪٨٠
المحور ككل (تتوفر الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية)	٤,٣٥	٠,٤٩	–	٪٨٧

أظهر الجدول (١٠) أن جميع فقرات الفرضية السابقة حصلت على وسط إجابة مرتفع يزيد على (٤) ، وبنسبة موافقة تزيد على ٨٠٪، وهذا مؤشر على حرص المصارف الأردنية على رفع كفاءة العنصر البشري في مواكبة الأجهزة التكنولوجية المتطورة، وإلا تحولت الأجهزة والأدوات إلى مظاهر تقنية لإضفاء طابع شكلي وسطحي على التحديث لمكاتب العاملين وأثاثهم، وأظهر الجدول السابق اهتمام المصارف الأردنية في توعية الموظفين كافة حول سياسة أمن المعلومات، وذلك من خلال تنظيم دورات تدريبية متخصصة، وإجراء تدريبات أمنية على جرائم التقنية العالية تحقيقاً وكشفاً وإثباتا بما فيه تأهيل سائر المعنيين بوسائل الأمن وتنبيههم إلى مخاطر الاعتداءات على المعلومات، وتدريب الكوادر البشرية في الدوائر القانونية بالمصرف، وتأهيلهم التقني بمستجدات التشريعات المطلوبة الخاصة بتكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية وعمليات التجارة الإلكترونية.

وبتطبيق اختبار (T) للعينة الواحدة لاختبار الفرضية المتعلقة في توافر الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، فقد أظهر الجدول (١١) الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لجميع البنود المتعلقة في الفرضية السابقة.

الجدول (١١)

الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لتوفر الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

وسط الإجابات	مستوى الدلالة (SIG)	قيمة (T)	النسبة المئوية لوسط الإجابات (نسبة الأهمية)
٤,٣٤٥	٠,٠٠٠	١٦,٢١٢	٪٨٧

بالرجوع إلى الجدول (١١) فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت (١٦,٢١٢) ، وهي أكبر من قيمة (T) الجدولية (١,٦٧) ، كما أن مستوى الدلالة المحسوب (٠,٠٠٠) ، وهو أقل من ٥٪، وبالتالي ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة، بتوافر الكوادر البشرية

المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، بوسط إجابات بلغ ٤,٣٤٣، وبنسبة موافقة بلغت ٨٧٪.

- يتوافر الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

عُرضت النتائج المتعلقة بمدى توافر الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية في الجدول (١٢) ، الذي أظهر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على النحو الآتي:

الجدول (١٢)

يتوافر الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

الفقـــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
يتوفر الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية				
١. يدرك العملاء بأن وضع المصرف الركائز الإلكترونية في إطار الخدمات والمنتجات التي يوفرها له هو لتسهيل أعماله وتلبية متطلباته واحتياجاته.	٣,٨٥	٠,٥٤	الأولى	٧٧٪
٢. تتوفر المهارات الكافية لدى عملاء المصرف للتعامل مع أحدث التطورات التكنولوجية للعمليات المصرفية.	٢,٧١	٠,٧٦	الثانية	٥٤٪
٣. هناك استعداد لدى عملاء المصرف لمواكبة التغير الحاصل في العمل المصرفي الإلكتروني والثورة التكنولوجية المتطورة.	٢,٤٥	٠,٣١	الثالثة	٤٩٪
٤. هناك قبول عند العملاء للتغيير في اتجاهات تقديم الخدمة المصرفية الإلكترونية	٢,٢٦	٠,٢٤	الرابعة	٤٥٪
٥. من السهولة تغيير ثقافة العملاء لقبول التكنولوجيا والمكننة الحديثة لتعزيز عمليات التجارة الإلكترونية.	٢,١٥	٠,٢٩	الخامسة	٤٣٪
٦. هناك نضج ووعي لدى العملاء تجاه العمل المصرفي الإلكتروني.	٢,٠٧	٠,٣٢	السادسة	٤١٪
٧. يفضل عملاء المصرف ممارسة عمليات الصيرفة الإلكترونية بشكل أكبر من عمليات الصيرفة التقليدية.	٢,٠٢	٠,٧٤	السابعة	٤٠٪
المحور ككل (يتوفر الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية)	٢,٥٠	٠,٤٤	–	٥٠٪

أظهر الجدول (١٢) إدراك عملاء المصرف بأن وضع الركائز الإلكترونية في إطار الخدمات والمنتجات التي يوفرها لهم هو لتسهيل أعمالهم وتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم،

وبوسط حسابي بلغ ٣,٨٥، وبنسبة موافقة بلغت ٧٧٪، وعلى الرغم من هذا الإدراك فقد حصلت الفقرات المتعلقة بتوافر المهارات الكافية لدى عملاء المصرف للتعامل مع أحدث التطورات التكنولوجية للعمليات المصرفية، واستعداد عملاء المصرف لمواكبة التغير الحاصل في العمل المصرفي الإلكتروني والثورة التكنولوجية المتطورة، وسهولة تغيير ثقافة العملاء لقبول التكنولوجيا والمكننة الحديثة لتعزيز عمليات التجارة الإلكترونية، ووجود نضوج ووعي لدى العملاء بالنسبة إلى العمل المصرفي الإلكتروني، وتفضيل عملاء المصرف ممارسة عمليات الصيرفة الإلكترونية بشكل أكبر من عمليات الصيرفة التقليدية، حصلت على وسط حسابي متدنٍ أقل من وسط الاختبار البالغ (٣) ، وبنسبة موافقة تقل عن ٥٥٪، مما يعدُّ مؤشراً مهماً على ضعف وعي المجتمع الأردني وثقافته في عمليات الصيرفة الإلكترونية، وتفضيل استخدام عمليات الصيرفة اليدوية عليها.

وبتطبيق اختبار (T) للعينة الواحدة لاختبار الفرضية المتعلقة في توافر الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، فقد أظهر الجدول (١٣) الوسط الحسابي، وقيمة (T) ، والقيمة المعنوية لجميع البنود المتعلقة في الفرضية السابقة.

الجدول (١٣)

الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لتوفر الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

الوسط الحسابي	مستوى الدلالة (SIG)	قيمة (T)	النسبة المئوية للوسط الإجابات (نسبة الأهمية)
٢,٥٠	٠,٠٠١	٦,٦٤-	٥٠٪

بالرجوع إلى الجدول (١٣) ، فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت (- ٦,٦٤) ، وهي أقل من قيمة (T) الجدولية (١,٦٧) ، كما أن مستوى الدلالة المحسوب (٠,٠٠١) ، وهو أقل من ٥٪، وبالتالي تقبل الفرضية العدمية، وباختلاف معنوي ذي دلالة إحصائية بين وسط الاختبار ووسط الإجابات، وبمعنى لا يتوافر وعي وثقافة مجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها.

- تتوافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

عُرضت النتائج المتعلقة بمدى توافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها في الجدول (١٤) ، والذي

أظهر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذه الفرضية على النحو الآتي:

الجدول (١٤)

تتوفر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

الفقـــــــــــرات	وسط الإجابة	الانحراف المعياري	الرتبة	النسبة المئوية لدرجة الموافقة
تتوفر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.				
١. مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية من المشاريع اللازمة لبقاء وصمود المصارف الأردنية أمام المصارف الأجنبية، ومواجهة متطلبات التجارة الإلكترونية.	٤,٤٠	٠,٢٨	الأولى	٪٨٨
٢. هناك تكامل بين خدمات المصارف الأردنية، بحيث يؤدي هذا التكامل إلى زيادة كفاءة الخدمات المقدمة تبعاً لتعدد الأقنية التكنولوجية التي يتم من خلالها.	٢,٣٤	٠,٣٠	الثانية	٪٤٧
٣. تشكل مجموعة المصارف الأردنية تحالفات إستراتيجية مع شركات التكنولوجيا من أجل تطوير أسواق وتبادلات متكاملة الخدمة، نحو عمليات الصيرفة الإلكترونية.	٢,١٥	٠,٢٧	الثالثة	٪٤٣
٤. المصارف الأردنية تتجمع للوصول إلى أحجام متوسطة على أقل التقدير، سواء كان ذلك التوسع في نطاق الأعمال أو الاندماج بين هذه المؤسسات والأعمال.	١,٩٥	٠,٤١	الرابعة	٪٣٩
٥. هناك اتحادات بين المصارف الأردنية الصغيرة ومتوسطة الحجم، والذي من شأنه التغلب على صعوبات تطبيق طرق وتقنيات الصيرفة الإلكترونية.	١,٤٤	٠,٢٢	الخامسة	٪٢٩
٦. تتوافق الشراكة الحالية بين المصارف الأردنية مع المستجدات الحديثة لمتطلبات عمليات الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.	١,٢٤	٠,٣٧	السادسة	٪٢٥
المحور ككل (تتوفر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.)	٢,٢٥	٠,٢٤	–	٪٤٥

أظهر الجدول (١٤) ارتفاع الوسط الحسابي للفقرة المتعلقة في موافقة المصارف الأردنية على أهمية مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية لبقاء المصارف الأردنية وصمودها أمام المصارف الأجنبية، ومواجهة متطلبات التجارة الإلكترونية، وبوسط حسابي بلغ ٤,٤٠ ونسبة موافقة مرتفعة بلغت ٨٨٪، وعلى الرغم من أهمية ذلك الاندماج والمشاركة في مجابهة المنافسة العالمية والصمود أمام المصارف الأجنبية، إلا إن عينة الدراسة أكدت عدم وجود، مثل هذه الشراكات والتكاملات والتحالفات بين

المصارف الأردنية، حيث حصلت جميع الفقرات المتعلقة بذلك على وسط حسابي متدنٍ أقل من وسط الاختبار البالغ (٣) ، وبنسبة موافقة تقل عن ٥٠٪.

وبتطبيق اختبار (T) للعينة الواحدة لاختبار الفرضية المتعلقة في توافر الشركة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها فقد أظهر الجدول (١٥) الوسط الحسابي، وقيمة (T) والقيمة المعنوية لجميع البنود المتعلقة في الفرضية السابقة.

الجدول (١٥)

الوسط الحسابي وقيمة (T) والقيمة المعنوية لتوفر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية

وسط الإجابات	مستوى الدلالة (SIG)	قيمة (T)	النسبة المئوية للوسط الإجابات (نسبة الأهمية)
٢,٢٥	٠,٠٠٠	–٨,٩٤	٤٥٪

بالرجوع إلى الجدول (١٥) فإن قيمة (T) المحسوبة بلغت (– ٨,٩٤) ، وهي أقل من قيمة (T) الجدولية (١,٦٧) ، كما أن مستوى الدلالة المحسوب (٠,٠٠٠) ، وهو أقل من ٥٪، وبالتالي تقبل الفرضية العدمية، وباختلاف معنوي ذي دلالة إحصائية بين وسط الاختبار ووسط الإجابات، وبمعنى لا تتوافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها.

نتائج الدراسة:

يمكن التوصل إلى النتائج الآتية بعد تحليل البيانات السابقة:

١. تؤدي المصارف الأردنية دوراً جيداً في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، وبنسبة موافقة بلغت ٧٢٪، وتحتاج المصارف الأردنية إلى زيادة الاهتمام في دورها المتعلق بتوفير القروض الشخصية لأغراض تمكين المستهلكين من اقتناء الأجهزة الإلكترونية والبرمجيات المتطورة، وزيادة الاهتمام في تمويل شركات التكنولوجيا والإنترنت والاتصالات، والتي تعد شركات تكنولوجية مهمة في انتشار استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية، وإدخال تغيير هيكلي على نمط التمويل الذي يقوم به المصرف ليغطي نشاطه تمويل الإنفاق على البحث العلمي والتطوير التكنولوجي، مما يمكن أن يزيد من أهمية الدور الذي تؤديه المصارف الأردنية في تعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية.

٢. تتوافر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية، وبنسبة موافقة بلغت ٧٦٪، ولقد حصلت جميع البنود المتعلقة بتوافر

التشريعات القانونية للعمليات الصيرفة الإلكترونية بوسط حسابي أعلى من وسط الاختبار، باستثناء البنود المتعلقة في عدم اعتماد التوقيعات على المستندات الإلكترونية، وغير ذلك من إجراءات التوثيق القانونية المستخدمة في الصفقات التجارية التي تتم عبر العمليات المصرفية الإلكترونية، وعدم الاعتراف بالمستندات والأدلة الإلكترونية بالمستوى ذاته من الاعتراف القانوني الذي تحظى به الأدلة الكتابية أو المادية، وعدم قدرة النظام القضائي المتخصص، (اقتصاديا وماليا ومصرفيًا) ، على التطبيق العملي لتشريعات الصيرفة الإلكترونية.

٣. تتوافر وسائل الحماية والأمان لعمليات الصيرفة الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية، وبنسبة موافقة بلغت ٨٣٪، باستثناء البند المتعلق بالوسائط المعتمدة على نظم الكمبيوتر والإنترنت وسائر وسائط الاتصال اللاسلكية، فقد كانت أكثر أماناً من الوسائط التقليدية والأدلة الكتابية أو المادية، وقد حصل هذا البند على نسبة موافقة ٤١٪، ويعود ذلك إلى أن المستندات والأدلة الإلكترونية لا تحظى بالمستوى ذاته من الاعتراف القانوني الذي تحظى به الأدلة الكتابية أو المادية.

٤. تتوافر تكنولوجيا العمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، وبنسبة موافقة بلغت ٨٤٪، باستثناء الفقرة المتعلقة باعتماد المصارف الأردنية التوقيع الإلكتروني بديلا عن التوقيع اليدوي، وهذا يؤكد النتائج التي توصلنا إليها سابقاً بأن المستندات والأدلة الإلكترونية لا تحظى بالمستوى ذاته من الاعتراف القانوني الذي تحظى به الأدلة الكتابية أو المادية، مما قد يعوق من انتشار التجارة الإلكترونية بسبب عدم اعتماد المصارف الأردنية للأدلة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني في عمليات الصيرفة الإلكترونية.

٥. تتوافر الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، وبنسبة موافقة بلغت ٨٧٪، وهذا مؤشر على حرص المصارف الأردنية على رفع كفاءة العنصر البشري في مواكبة الأجهزة التكنولوجية المتطورة، وإلا تحولت الأجهزة والأدوات إلى مظاهر تقنية لإضفاء طابع شكلي وسطحي على التحديث لمكاتب العاملين وأثاثهم.

٦. لا تتوافر الثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، حيث بلغت نسبة الموافقة على توافر الثقافة الإلكترونية لدى عملاء المصارف الأردنية ٥٠٪ وهي نسبة متدنية، ومؤشر مهم على ضعف وعي المجتمع الأردني وثقافته بشكل عام بعمليات الصيرفة الإلكترونية، وتفضيل استخدام عمليات الصيرفة اليدوية عليها.

٧. لا تتوافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، حيث أظهرت عينة الدراسة نسبة موافقة على توافرها بلغت ٤٥٪، وهي نسبة متدنية على الرغم من أهمية ذلك الاندماج والمشاركة والتكامل في عمليات الصيرفة الإلكترونية في مجابهة المنافسة العالمية، والصمود أمام المصارف الأجنبية.

توصيات الدراسة:

من استعراض نتائج الدراسة السابقة فإن الباحثة توصي بالنقاط الآتية المهمة، والتي ترى أنها قد تعزز من دور المصارف الأردنية في تعزيز عمليات الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية:

١. زيادة اهتمام المصارف الأردنية في دورها المتعلق في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها، وبخاصة فيما يتعلق بإدخال تغيير هيكلي على نمط التمويل الذي يقوم به المصرف ليغطي نشاطه تمويل الإنفاق على البحث العلمي والتطوير التكنولوجي، وتمويل شركات التكنولوجيا والإنترنت والاتصالات، والتي تعدُّ شركات تكنولوجية مهمة في انتشار استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية.

٢. يتعين إعادة النظر بقواعد الإثبات القانونية للوقوف على مدى توافقها أو عدم توافقها مع المستجدات التكنولوجية الحديثة في ميدان المعاملات التجارية، حيث إن النصوص القانونية ما زالت تتعامل مع عناصر الكتابة والمستندات والأوراق والتواقيع والصور طبق الأصل من منظور يدوي بحت، وبالتالي فإنها لا تنطبق على الوسائل ذات المحتوى الإلكتروني، ولا تعزز وتشجع عمليات التجارة الإلكترونية.

٣. يمثل الأمان الهاجس الأكبر للزبائن، وكأنه حاجز نفسي يحول دون انتشار خدمات الصيرفة الإلكترونية لإجراء عمليات التجارة الإلكترونية، مما يستلزم سن تشريعات جديدة كلما اقتضت الحاجة ونشأت تقنيات جديدة، وإلا ظلت الحماية متخلفة عن تقنيات الاعتداء، ولا تلائم القطاع الذي تتناوله.

٤. تطوير وسائل الحماية والأمان والسرية لكل عمليات الصيرفة الإلكترونية، مما يزيد ثقة العملاء في عمليات التجارة الإلكترونية، وبخاصة أن العملاء لنُ يقبلوا على التجارة الإلكترونية في ظل خشيتهم على بياناتهم الخاصة، وعدم حماية خصوصيتهم وممتلكاتهم.

٥. استخدام المصارف الأردنية للشبكات الإلكترونية استجابة لتطورات التكنولوجية المتسارعة، ومحاولة دائمة لتعزيز القدرات التنافسية للمصرف من خلال تطوير أدوات الصيرفة الإلكترونية، ومنتجات جديدة وتحديد خصائصها، وأقنية التوزيع المناسبة لها، والتي تواكب التطورات والمستجدات التكنولوجية العالمية.

٦. رفع كفاءة العنصر البشري في مواكبة الأجهزة التكنولوجية المتطورة، ووضع خطة تدريبية يشترك بها كل من المصرفيين والفنيين تغطي الجوانب التي يحتاج إليها الكادر البشري، ومنها وسائل الأمن ومخاطر الاعتداءات على المعلومات والممتلكات، وتأهيلهم التقني بمستجدات التشريعات المطلوبة الخاصة بتكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية، وعمليات التجارة الإلكترونية.

٧. تضافر كل الجهود الوطنية والتعليمية لتغيير ثقافة المجتمع الأردني وعملاء المصارف الأردنية لقبول التغيير الحاصل في العمل المصرفي الإلكتروني والثورة التكنولوجية المتطورة ومواكبتها.

٨. زيادة الجهود التي يبذلها المصرف في تشجيع عملائه وتوجيهه للتعامل مع عمليات الصيرفة الإلكترونية، وزيادة العمولات والعوائد التي يتقاضاها المصرف على عمليات الصيرفة اليدوية التي قد يستعاض عنها بعمليات الصيرفة الإلكترونية المتوفرة في متناول اليد طوال اليوم وبتكلفة وجهد أقل.

٩. الواقع الجديد يكون فيه مجال ضيق للبنوك وشركات الخدمات الصغيرة إذا بقيت على حالها، لذا يجب أن تبدأ المصارف الأردنية بمشروع تحالفات إستراتيجية لتجميع المصارف والمشاركة بينهم، والتكامل في أداء الخدمات بمنهاج إدارة سليم وبتخطيط دقيق، بدلا من التنافس وضياع الفرص أمامها بمواجهة ومنافسة المصارف الأجنبية، والذي من شأنه التغلب على صعوبات تطبيق طرق وتقنيات الصيرفة الإلكترونية وتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها.

١٠.تبني السلطات الرقابية أسلوباً متوازناً لإدخال سياسة رقابية وقواعد جديدة للصيرفة الإلكترونية، ووضع تصور شامل لمقتضيات التجارة الإلكترونية وشروط رواجها على شبكة الإنترنت.

١١. توصي الباحثة بدراسة عمليات الصيرفة الإلكترونية في الأسواق المالية، وخاصة في ظل تحول العديد من عمليات السوق إلى عمليات إلكترونية يؤدي المصرف دورا مهماً في إتمام تنفيذها. وكذلك دراسة دور المصارف الأردنية في تعزيز خدمات الحكومة الإلكترونية، وبخاصة في ظل تحول عدد من الخدمات الحكومية إلى خدمات إلكترونية تتم بوساطة الإنترنت.

المصادر والمراجع:

أولاً- المراجع العربية:

١. حجازي، ندى محمد «تقييم مدى استعداد البنوك الأردنية لاستخدام الخدمات البنكية الإلكترونية»، رسالة ماجستير، اليرموك، ٢٠٠٧.

٢. سالم، فؤاد، عواد، محمد «المنافع المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية»، مجلة النهضة، المجلد ٦، العدد ٢، إبريل، ٢٠٠٥.

٣. سفر، أحمد «العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية»، المؤسسة الحديثة للكتاب ناشرون، الطبعة الأولى، لبنان، ٢٠٠٦.

٤. سهاونة، مهند «التجارة الإلكترونية: التجربة الأردنية» الجمعية العلمية الملكية، الأردن ٢٠٠٢.

٥. الشمري، ناظم، والعبد اللات، عبد الفتاح «الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع)» ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، ٢٠٠٨.

٦. محسن، منار علي «التجارة الإلكترونية: متطلباتها وإستراتيجية تنميتها مع الإشارة لمصر»، مجلة النهضة، المجلد ٦، العدد ٢، إبريل، ٢٠٠٥.

٧. النجيدي، يعقوب يوسف، النعيم، فيصل محمد «التجارة الإلكترونية: مبادئها ومقوماتها» ، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم، بيروت، ٢٠٠٢.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

1. *Abushanab, E, Pearson, J, Setterstorm, J "Internet Banking and Customer's Acceptance in Jordan: The Unified model's Perspective. Communications of the Association for Information System, Vol, 26, No. 23, April, 2010.*
2. *Al- rfou, N, Abu Alegah, M "The Effect of Using E- Commerce on Customers Services Case Study Jordanian Electricity Distribution Companies", International Management Review, Vol. 6, No. 2, 2010.*
3. *Chua, Patrick and Lai, Vincent. "An Empirical Investigation of the Determinants of User Acceptance of Internet Banking". Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce. Vol. 13, No. 2, 2003.*
4. *Jahangir, N. and Begum, N. "Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use, Security and Privacy on Customer Attitude and Adaptation in the Context of E- Banking". Journal of Management Research, Vol. 7, No. 3. Independent University, Bangladesh, 2007.*
5. *Neiderman, F. , Staffing and Management of E- Commerce Programs and Project. Georgia, USA. , (April 14- 19) , 2005.*
6. *Shah, M. , Siddiqui, F. "Organizational Critical Success Factors in Adoption of E- Banking at the Woolwich", International Journal of Information Management, Vol. 26, 2006.*
7. *Uppal , K , "Customer Perception of E- Banking Services of Indian Banks". The Icfai University Press, 2008. http: //www. Ebscohost. com.*
8. *West, Louise. "Online Banking Becomes a Commodity in Europe" Bank Technology News. Vol. 14, No. 5, May, 2001.*

ملحق رقم (١)

أسماء مصارف عينة الدراسة

الرقم	اســـم المصــرف
١	البنك العربي
٢	بنك المؤسسة العربية المصرفية
٣	بنك الاستثمار العربي الأردني
٤	بنك الأردن
٥	بنك القاهرة/عمان
٦	بنك المال الأردني
٧	البنك التجاري الأردني
٨	البنك الأردني للاستثمار والتمويل
٩	البنك الأردني الكويتي
١٠	البنك الأهلي الأردني
١١	بنك سوستيه جنرال- الأردن
١٢	بنك الإسكان لتجارة والتمويل
١٣	بنك الاتحاد لادخار والاستثمار
١٤	البنك العربي الإسلامي الدولي
١٥	البنك الإسلامي الأردني